

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA PELAYANAN  
KOPERASI SOPIR TRANSPORTASI (TAKSI-KOSTI) SOLO**



**S K R I P S I**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**FIRANIKA PUTRI PADMASARI**

B100 060 139

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2010**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Selaras dengan kemajuan bidang ilmu dan teknologi yaitu dengan adanya inovasi-inovasi baru, melahirkan berbagai tantangan sekaligus kesempatan dalam dunia usaha. Sejalan dengan perkembangan tersebut sektor swasta ikut tumbuh berkembang semakin rumit dan kompleks, persaingan menjadi semakin sengit, mereka memakai bermacam-macam strategi baru agar dapat bersaing dengan lawan bisnisnya.

Setiap organisasi atau seseorang yang melakukan usaha mempunyai suatu tujuan, salah satunya adalah mendapatkan laba yang maksimal. Dengan laba ini diharapkan usaha yang dilakukan dapat berkembang, dapat meningkatkan sumberdaya yang ada supaya lebih efektif, dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan. Untuk itu diperlukan terobosan-terobosan dengan menggunakan sumberdaya yang dimiliki antara lain seperti; peningkatan mutu, sistem pemasaran yang baik dan terarah serta perbaikan-perbaikan sistem manajemen, kesemuanya itu penting demi kelangsungan dan perkembangan hidup suatu usaha.

Faktor konsumen merupakan unsur yang tidak bisa diabaikan, karena konsumen akan mengkonsumsi produk yang dihasilkan dengan jalan melakukan pertukaran yaitu melepaskan uang yang mereka miliki. Kegiatan yang dilakukan itu merupakan perilaku konsumen untuk mendapatkan atau memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan tersebut (Swastha dan Handoko, 2000 : 11).

Dalam menentukan pilihannya konsumen dihadapkan pada berbagai jenis produk lain yang dihasilkan oleh pemasar pesaingnya. Dengan demikian konsumen dituntut untuk lebih efektif dalam pembelian produk/jasa yang ditawarkan oleh pemasar. Sehubungan dengan hal tersebut perlu adanya informasi dan komunikasi antara penjual dan pembeli dalam melakukan pertukaran. Komunikasi yang dimaksud adalah respon konsumen dalam menanggapi penjualan produk yang ditawarkan pemasar sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasannya, dan bagi pemasar apa yang telah dilakukannya membawa hasil bagi perkembangan dan kemajuan usahanya.

Pemasar dalam memenuhi kepuasan konsumen harus melihat dari nilai dan biaya produk yang mereka tawarkan. Nilai disini adalah menyangkut produk, pelayanan, personil, dan citra. Konsumen dalam melakukan pertukaran selalu ingin mendapatkan nilai tertinggi yang dibatasi oleh biaya, pengetahuan yang terbatas, mobilitas dan penghasilan mereka. Sesudah mereka tahu bahwa tawaran produk dari pemasar memenuhi harapan baik nilai dan biaya, maka konsumen akan memperoleh kepuasan yang memungkinkan mereka akan membeli lagi pada pemasar yang sama.

Banyak persaingan yang dilakukan untuk menciptakan nilai tertinggi bagi konsumen, agar tidak kalah bersaing dengan yang lain. Persaingan semakin ketat terjadi juga pada pelayanan konsumen yang menawarkan pelayanan jasa transportasi. Dalam usaha ini, Koperasi Sopir Transportasi (Taksi-Kosti) Solo yang paling banyak peminatnya tentu saja harus benar-benar memahami keinginan dan kebutuhan konsumen/pemakai jasa transportasi. Taksi-Kosti Solo dengan berbagai upaya memberikan yang terbaik dan berbeda dengan jasa-jasa transportasi lainnya, baik dari segi harga, pelayanan, fasilitas, kecepatan, dan kenyamanan yang ada. Hal tersebut dikedepankan karena Taksi-Kosti Solo ingin memberikan kepuasan dan pelayanan yang optimal kepada pemakai/konsumen, sehingga konsumen atau pemakai jasa transportasi maupun calon pemakai jasa transportasi yang lain akan memilih Taksi-Kosti Solo sebagai armada transportasi pilihan karena telah tertanamkan *brand image* yang kuat dalam benaknya.

Berdasarkan pada pentingnya masalah di atas, maka penulis memilih judul dalam penelitian ini : “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jasa Pelayanan Koperasi Sopir Transportasi (Taksi-Kosti) Solo”.

## **B. Perumusan dan Batasan Masalah**

### **1. Perumusan Masalah**

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan (keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, berwujud) pada Taksi-Kosti Solo ?
- b. Apa yang paling menarik minat konsumen dari beberapa atribut yang ada pada jasa pelayanan Taksi-Kosti Solo ?
- c. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa pelayanan Taksi-Kosti Solo ditinjau dari; alasan naik taksi, mahasiswa dalam dan atau luar kota Solo?

### **2. Batasan Masalah**

Agar masalah yang diselidiki tidak terlalu luas, dan karena keterbatasan dana, waktu, tenaga dan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas, maka peneliti perlu memberikan batasan masalah sebagai berikut :

- a. Produk yang diteliti adalah jasa pelayanan Taksi-Kosti Solo.
- b. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi UMS Surakarta pemakai jasa transportasi yang pernah menggunakan jasa pelayanan Taksi-Kosti Solo.
- c. Karakteristik konsumen
- d. Kualitas pelayanan yang diteliti meliputi : keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, berwujud.

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Taksi-Kosti Solo.
2. Untuk mengetahui atribut yang mendapat tanggapan paling baik dari konsumen di antara atribut-atribut produk yang ada pada jasa pelayanan Taksi-Kosti Solo seperti; keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, berwujud .
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap jasa pelayanan Taksi-Kosti Solo ditinjau dari karakteristik konsumen yang meliputi alasan naik taksi, mahasiswa dalam dan atau luar kota Solo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis  
Dapat membuktikan dan menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi.
2. Bagi perusahaan  
Hasil penelitian diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan perubahan dan dapat memberikan informasi tambahan bagi manajemen dalam keputusan, serta lebih mengetahui sikap dan keinginan konsumen di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Bagi pihak lain  
Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk suatu penelitian dan tambahan pengetahuan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metodologi penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang pengertian pemasaran, konsep pemasaran, manajemen pemasaran, bauran pemasaran, pengertian perilaku konsumen, sikap, dan penempatan produk.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dala bab ini penulis uraikan tentang deskripsi daerah penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang analisis karakteristik konsumen penggunaan jasa transportasi Taksi-Kosti Solo, analisis butir, analisis indeks sikap konsumen, dan analisis Chi Square, beserta pembahasannya.

### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan bab skripsi yang ada beserta saran-sarannya.